

Le Nutri-Score chez Deliveroo : une preuve de concept

Implémenter le Nutri-Score sur les plateformes de mise en relation

*Spécificités, Pertinence, Faisabilité, Conditions, Effets sur la demande et sur l'offre,
Recommandations aux acteurs et au service public*

Une étude subventionnée par le Ministère de la Santé et des Solidarités
Le Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse, avec l'expertise du Laboratoire
GAEL

Solène Jetzer¹, Ana-Lucia Mayen Chacon¹, Agnès Giboreau¹, Bernard
Ruffieux^{2,3,4}, Laurent Muller², Aurélie Level²

Rapport
Mai 2023

¹ Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse, Ecully

² INRA, UMR 1215 GAEL, Grenoble

³ Institut National Polytechnique, UMR 1215 GAEL, Grenoble

⁴ Université Grenoble Alpes, UMR 1215 GAEL, Grenoble

Synthèse

Le présent rapport présente une preuve de concept exploratoire visant à déterminer les conditions et spécificités d'affichage du Nutri-Score sur les plateformes de mise en relation. Pour cela, nous avons étudié la faisabilité et la pertinence de l'implémentation du Nutri-Score en partenariat avec Deliveroo, plateforme de mise en relation numérique de commandes de repas livrés et de courses, et plusieurs de leurs enseignes de restauration partenaires. Deliveroo est spécialisée dans la mise en relation d'acteurs via une triple interface qui permet aux utilisateurs de choisir sur un même site : un restaurant, des produits et un lieu de livraison.

Une méthodologie a été élaborée afin d'analyser, d'une part les effets sur l'offre, les adaptations nécessaires côté restaurant et côté plateforme et, d'autre part les effets sur la demande, en mesurant l'impact de l'affichage sur le comportement d'achat des utilisateurs.

Pour chaque chaîne de restauration participante, le Nutri-Score a été implémenté pour leur offre alimentaire sur les entrées, les plats principaux, les desserts et les accompagnements, en excluant les boissons. Les données (nombre total de commandes, montant du panier moyen, taux de conversion) ont été recueillies via la plateforme Deliveroo. Les changements de comportements d'achats des utilisateurs ont été évalués en comparant ces données sur une période de treize semaines, avant, pendant et après l'affichage du Nutri-Score. En complément de ces données quantitatives, des entretiens semi-directifs en ligne ont été réalisés auprès de huit restaurateurs participants et non participants à l'expérimentation, ainsi que deux collaborateurs de la plateforme Deliveroo, permettant de contextualiser les données quantitatives recueillies sur les comportements d'achat.

Les principaux résultats et recommandations de cette étude sont répartis entre trois grands axes : la plateforme, les restaurants et les consommateurs.

1. La plateforme

Résultat 1.1. La mise en place du Nutri-Score à l'échelle de la plateforme impacterait donc un nombre considérable de restaurants et de consommateurs en développement entre ces faces des externalités positives fortes.

Recommandations 1.1. : Pour toucher un grand nombre de restaurants, la politique publique pourrait utiliser les plateformes comme levier pour étendre sa politique nutritionnelle au secteur de la restauration commerciale.

Résultat 1.2. Une plateforme offre un parcours-client complet : choix de produits, mais aussi choix de restaurant, mode, lieu et moment de livraison. Cette intégration en ligne du parcours-clients est propice à un usage élargi du Nutri-Score. Selon le mode choisi d'affichage, le Nutri-Score permettra de comparer les enseignes entre elles, des plats substituables d'une enseigne à l'autre, les catégories d'aliments etc.

Recommandations 1.2. Définir les emplacements d'affichage sur les sites des plateformes avec le meilleur impact pour les consommateurs (au niveau du restaurant, du menu, du produit). Des études pourraient être développées dans ce sens. Un travail pourrait être fait pour définir l'unité à utiliser pour le Nutri-Score (menu, plat, produit).

Résultat 1.3. Les restaurants étant responsables de leurs menus, les plateformes en règle générale ne peuvent se substituer à eux concernant le déploiement du Nutriscore. Par ailleurs, il convient de prendre en compte le coût important qu'une telle implémentation représenterait pour les restaurateurs.

Recommandations 1.3. : Proposer des études à grande échelle permettant de valider ou non l'impact économique du Nutri-Score et le cas échéant rassurer les restaurateurs.

2. Les restaurants

Résultat 2.1. Les enseignes qui se sont montrées motivées pour expérimenter le Nutri-Score dans le cadre de cette étude sont toutes positionnées sur le segment « aliment sain ». Ces enseignes proposent principalement une offre de produits aux Nutri-Score A ou B.

Résultat 2.2. Les restaurateurs hors segment « aliments sains » sont réticents au Nutri-Score. Ils craignent une baisse de chiffre d'affaires, mais aussi des coûts additionnels de calcul et de gestion. Ils manquent de temps, et de ressources pour le mettre en place.

Résultat 2.3. La nutrition n'est pas une priorité pour les restaurateurs hors segment « aliment sain ». Ils sont aujourd'hui convaincus qu'il est préférable pour eux de se concentrer sur la mise en valeur de leurs modes de production « maison » et sur les valeurs hédoniques.

Recommandations 2.1. 2.2. et 2.3. : un travail de communication auprès de tous les restaurateurs est à mettre en place pour que ceux-ci aient un intérêt tant commercial que pour leurs clients à apposer le Nutri-Score dans leur restaurant. Développer dans les parcours de formation des chefs des formations au Nutri-Score et à sa mise en place dans les restaurants.

Résultat 2.4. Les enseignes participantes à l'étude – du segment « aliments sains » – souhaitent améliorer les Nutri-Scores de leurs plats. Pour elles, le Nutri-Score peut être utilisé comme un outil de travail leur permettant des améliorations nutritionnelles.

Recommandations 2.4. : Proposer un accompagnement des restaurants qui veulent améliorer la qualité nutritionnelle de leur plat.

3. Les consommateurs

Résultat 3.1. L'expérimentation montre que l'affichage du Nutri-Score n'a pas diminué la performance économique des enseignes participantes du segment « aliments sains ».

Recommandations 3.1. : Proposer des études à grande échelle pour confirmer ce résultat.

Résultat 3.2. La personnalisation des parcours-clients et des produits est au cœur des stratégies des plateformes de mise en relation. La personnalisation de l’affichage du Nutri-Score est à inventer, afin d’exploiter au mieux cette spécificité.

Recommandations 3.2. : Idem recommandation 1.2.

Résultat 3.3. Les résultats de l’expérimentation menée sur les comportements d’achat de clients ne montrent pas que l’affichage du Nutri-Score conduit à changer les choix de façon à améliorer leur qualité nutritionnelle.

Recommandations 3.3. : Idem recommandation 3.1.

Résultat 3.4. La majorité des consommateurs connaissent et déclarent utiliser le Nutri-Score dans leurs choix. Ils sont favorables à l’utilisation de ce score en restauration commerciale.

Recommandations 3.4. : Appuyer la communication du Nutri-Score en restauration commerciale par une campagne publicitaire.

Cette étude a prouvé qu’il était faisable d’implémenter le Nutri-Score sur des plateformes de mise en relation digitale. Deux points saillants permettent de confirmer qu’il est intéressant de considérer ces entreprises comme partie prenante pouvant véhiculer des informations sur la qualité nutritionnelle aux consommateurs : (i) l’intérêt des consommateurs pour le mode de mise à disposition de leur alimentation par livraison, (ii) la position dominante des plateformes sur le marché de la restauration.

Toutefois, l’affichage du Nutri-Score sur une plateforme est sujet à un certain nombre de verrous. Les restaurateurs craignent son impact sur leur performance économique et un manque de temps et de ressources pour le mettre en place. De plus, ils questionnent la pertinence de cet outil pour le secteur de la restauration et sa réelle compréhension par les consommateurs.

Compte tenu de l’échantillon de travail de notre étude et afin de continuer à considérer les plateformes comme partenaire dans la démocratisation du Nutri-Score en restauration commerciale, il nous paraît prioritaire d’étendre cette étude en incluant un plus grand nombre de restaurants partenaires avec une offre et une clientèle diversifiée. Nous pourrions alors confirmer un certain nombre de résultats présentés dans ce rapport.

Table des matières

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCTION : CONTEXTE, ENJEUX ET QUESTIONS DE RECHERCHE | 1 |
| 1.1. CONTEXTE | 1 |
| 1.2. CETTE ÉTUDE : LA PROPOSITION FAITE AU MINISTÈRE | 1 |
| 2. PROTOCOLE ET MÉTHODE DE L'EXPÉRIENCE | 3 |
| 2.1. LA MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE | 4 |
| 2.2. LA MÉTHODOLOGIE QUALITATIVE | 5 |
| 3. RÉALISATION ET CONDUITE DE L'EXPÉRIENCE | 6 |
| 3.1. LES SPÉCIFICITÉS DE LA PLATEFORME DE MISE EN RELATION | 6 |
| 3.2. LE RECRUTEMENT DES CHÂÎNES DE RESTAURATION PARTENAIRE | 9 |
| 3.3. LE PROFIL DES CHÂÎNES DE RESTAURATION RECRUTÉS | 10 |
| 3.4. L'EXPÉRIMENTATION : L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE | 11 |
| 3.5. LE RECRUTEMENT DES CONSOMMATEURS | 11 |
| 3.6. LE PROFIL DES CONSOMMATEURS | 11 |
| 4. LES RÉSULTATS : LES MODALITÉS D'APPLICATION DU NUTRI-SCORE AUX SPÉCIFICITÉS D'UNE PLATEFORME DE MISE EN RELATION | 13 |
| 4.1. L'IMPACT DE L'UTILISATION DU NUTRI-SCORE VIA UNE PLATEFORME | 13 |
| 4.2. LES MODALITÉS D'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE SUR UNE PLATEFORME | 13 |
| 4.3. LA CAPACITÉ D'INFLUENCE DES PLATEFORMES | 15 |
| 5. LES RÉSULTATS : LES RESTAURATEURS FACE A LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE | 16 |
| 5.1. LES MOTIVATIONS DES RESTAURATEURS À LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE | 16 |
| 5.2. LES RÉTICENCES DES RESTAURATEURS À LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE | 16 |
| 5.3. L'IMPACT DE L'UTILISATION DU NUTRI-SCORE SUR L'OFFRE DES CHÂÎNES DE RESTAURANTS | 17 |
| 6. LES RÉSULTATS : L'IMPACT DE L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE SUR LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR | 18 |
| 6.1. L'IMPACT DE L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE VIA UNE PLATEFORME SUR LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DES RESTAURANTS DE L'ÉTUDE | 18 |
| 6.2. L'IMPACT DES PLATEFORMES SUR LE PARCOURS DU CONSOMMATEUR | 19 |
| 6.3. L'IMPACT DE L'AFFICHAGE SUR LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES REPAS CHOISIS | 19 |
| 6.4. L'AVIS DES CONSOMMATEURS SUR L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE VIA UNE PLATEFORME | 21 |
| 7. DISCUSSIONS DES RÉSULTATS ET LIMITES DE L'ÉTUDE | 22 |
| 7.1. L'ADAPTATION DU NUTRI-SCORE AUX SPÉCIFICITÉS DES PLATEFORMES | 22 |
| 7.2. L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE VIA LES PLATEFORMES | 23 |

| | |
|--|----|
| 7.3. LES VEROUS D'APPLICATION DANS LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE | 23 |
| 7.4. LES PLATEFORMES : UNE RESSOURCE DE DONNÉES POUR LE SUIVI DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS | 24 |
| 8. RECOMMANDATIONS ET CONCLUSIONS | 26 |
| 9. ANNEXES | 27 |
| 9.1. LE GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES SALARIÉS DE LA PLATEFORME DE MISE EN RELATION DELIVEROO | 27 |
| 9.2. LE GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES ENSEIGNES DE RESTAURATION | 28 |
| 9.3. LE QUESTIONNAIRE POUR LES UTILISATEURS DE LA PLATEFORME | 29 |
| 9.4. LE PROFIL DES PERSONNES INTERROGÉES | 34 |
| 10. RÉFÉRENCES | 35 |

1. INTRODUCTION : CONTEXTE, ENJEUX ET QUESTIONS DE RECHERCHE

1.1. CONTEXTE

De nombreux restaurants ont commencé à proposer ce type de service via des plateformes de mise en relation en ligne et la jeune génération, notamment les clients jusqu'à 40 ans, sont de fréquents utilisateurs (1). Aujourd'hui, en règle générale, les utilisateurs de plateformes ne sont pas informés des informations nutritionnelles des plats exposés pour guider leurs choix.

Le Nutri-Score est un système d'étiquetage sur le devant des emballages qui classe les aliments en fonction de leur qualité nutritionnelle. Cet étiquetage divise les aliments en cinq catégories allant de A à E en fonction de leur qualité nutritionnelle. Il ne se contente pas de caractériser les aliments comme "sains" ou "malsains", mais le logo gradé fournit des informations semi-quantitatives, en fonction de la couleur de la lettre et de la composition nutritionnelle globale relative d'un produit alimentaire. Il a été proposé pour la première fois au ministère de la Santé en 2014 et intégré dans la Loi n°2016-41 datant du 26 janvier 2016. Le Nutri-Score a été mis en œuvre avec succès dans les produits de la grande distribution en France (2). En 2020, les résultats d'une étude représentative de la population française ont montré que 94% des participants interrogés sont favorables à la présence du Nutri-Score sur l'emballage des produits dans les supermarchés, 90% l'ont décrit comme facile à comprendre et 89 % estime qu'il devrait être obligatoire pour tous les produits (3,4). Les conclusions d'une étude précédente ont aussi montré que le Nutri-Score appliqué au secteur de la restauration, et notamment dans les cafétérias, pouvait améliorer la qualité nutritionnelle des repas servis (5). Cependant, il n'y a pas encore eu d'étude conduite sur la mise en œuvre du Nutri-Score sur les plateformes en ligne telles que Deliveroo.

1.2. CETTE ÉTUDE : LA PROPOSITION FAITE AU MINISTÈRE

Dans ce contexte, le Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse, accompagné de l'expertise du laboratoire GAEL ont soumis une proposition d'étude au Ministère de la Santé et des Solidarités intitulée : "Le Nutri-Score chez Deliveroo : une preuve de concept. La mise en œuvre du Nutri-Score sur une plateforme de mise en relation". Cette offre a été soumise sous la responsabilité d'Agnès Giboreau du Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse et du Professeur Bernard Ruffieux du laboratoire GAEL et a été rendue possible grâce à un engagement dynamique et positif de la part de Deliveroo.

L'objectif de ce projet est d'étudier la faisabilité de la mise en place du Nutri-Score sur une plateforme de mise en relation numérique de commande de repas livrés, en analysant les

adaptations nécessaires côté restaurant et côté plateforme et en mesurant l'impact de la mise en place du Nutri-Score sur le comportement d'achat des utilisateurs.

La présente étude a été menée sur la plateforme Deliveroo via plusieurs chaînes de restauration partenaires de la plateforme. En outre, des entretiens ont été menés pour évaluer les défis de la mise en œuvre dans le secteur de la restauration.

Les résultats initialement attendus étaient les suivants :

- Des **résultats** sur le comportement d'achat des utilisateurs de la plateforme Deliveroo.
- Une **synthèse** des avantages et freins principaux à la mise en place du Nutri-Score dans le contexte de la plateforme de mise en relation en ligne.
- Des **recommandations** sur la pertinence et les adaptations nécessaires du Nutri-Score en prenant en compte les spécificités du contexte de la plateforme de mise en relation en ligne.

2. PROTOCOLE ET MÉTHODE DE L'EXPÉRIENCE

Cette étude expérimentale a pour objectif d'évaluer la faisabilité de l'implémentation du Nutri-Score via la plateforme de mise en relation Deliveroo : d'une part d'observer le comportement d'achat des utilisateurs sur la plateforme avant, pendant et après la mise en place de l'étiquetage nutritionnelle et d'autre part d'évaluer les avantages et freins de son affichage dans le secteur de la restauration via une plateforme de mise en relation. Pour ce faire, une méthodologie combinant des données quantitatives et qualitatives a été utilisée. La méthodologie qualitative basée sur des entretiens individuels nous permet de compléter et de contextualiser les données quantitatives recueillies sur les comportements d'achat via la plateforme Deliveroo. Le protocole complet de l'étude est détaillé dans la Figure 1.

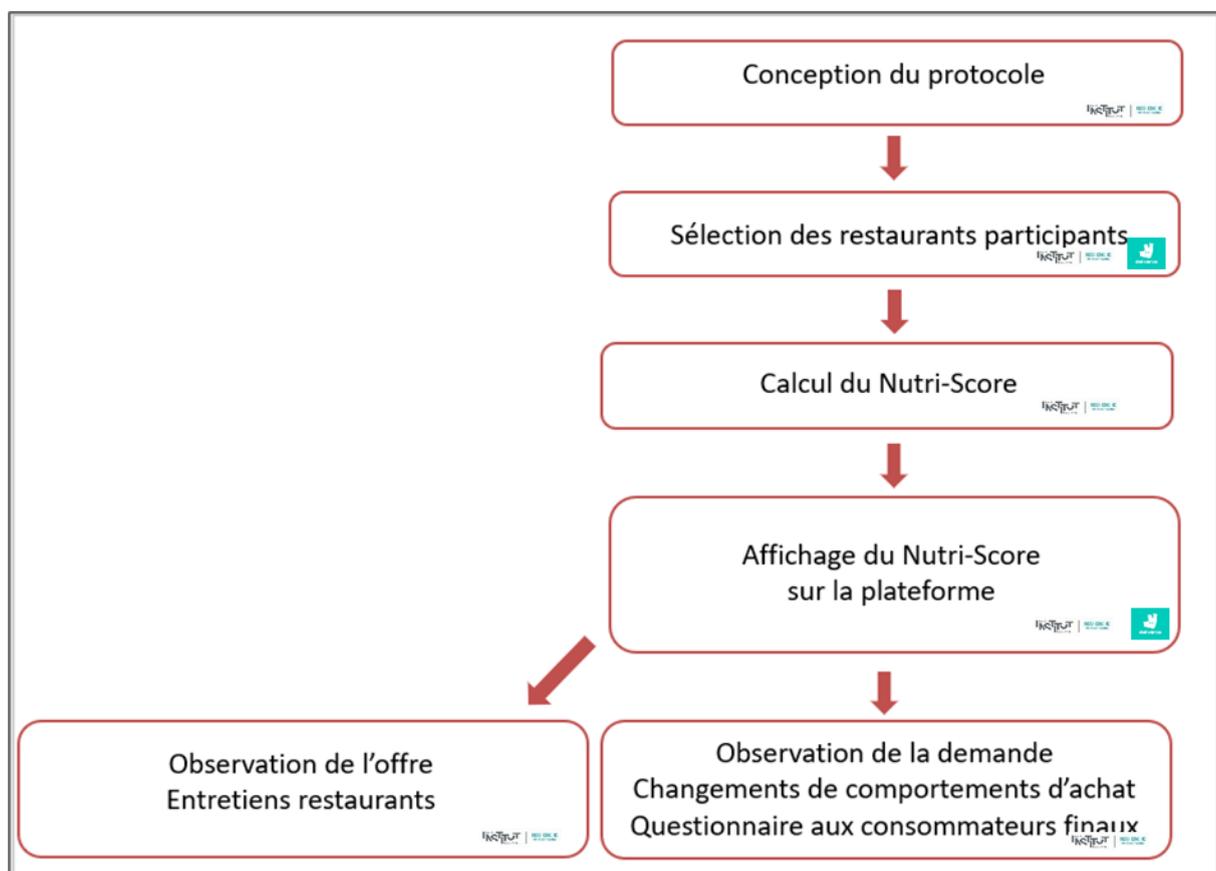


Figure 1 Les étapes du protocole expérimental

2.1. LA MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE

2.1.1. L'application du Nutri-Score sur l'offre de produits en ligne

Pour chaque chaîne de restauration participante, le Nutri-Score a été implémenté pour leur offre alimentaire sur les entrées, les plats principaux, les desserts et les accompagnements, en excluant les boissons. Une partie de l'offre alimentaire des chaînes de restauration n'a pu être prise en compte s'agissant de repas composés individuellement par les utilisateurs au moment de la commande. Il n'est donc pas envisageable d'appliquer l'étiquetage nutritionnel du repas pour ce type d'offre alimentaire.

L'algorithme utilisé pour le calcul du système d'étiquetage est issu de la source suivante : *Nutri-Score et Sens*. Rapport ANSES n°2015-SA-0253, Mars 2016, Faisabilité de la classification des aliments selon l'algorithme proposé par la FCD. Comparaison des résultats obtenus à ceux du système Nutri-Score intégrant les ajustements HCSP (6).

Les informations nutritionnelles nécessaires aux calculs de l'algorithme ont été générées via le logiciel NutriLog en se basant sur les fiches techniques et recettes fournies par les chaînes de restauration et complétées quand nécessaire par les bases de données des tables de composition nutritionnelle des aliments directement disponibles et intégrées au logiciel NutriLog.

2.1.2. Les données recueillies sur le comportement des consommateurs via la plateforme de mise en relation

Les données quantitatives recueillies via la plateforme de mise en relation nous permettent d'observer le comportement alimentaire des utilisateurs de la plateforme Deliveroo, lorsque ceux-ci sélectionnent un des points de ventes des chaînes de restauration participant à l'étude. Les données quantitatives recueillies sont le nombre total de commandes, le nombre de commandes en fonction des types de plats choisis, le montant du panier moyen commandé et le taux de conversion⁵ moyen pour chaque point de vente de la chaîne de restauration. Les données quantitatives sont comparées avant, pendant et après l'étiquetage nutritionnel, permettant d'évaluer les changements de comportements d'achats des utilisateurs de la plateforme en fonction de l'affichage du Nutri-Score. Cette évaluation est complétée par un questionnaire en ligne envoyé aux consommateurs finaux ayant sélectionnés des produits des restaurants où le Nutri-Score a été affiché. Pour chaque commande auprès des restaurants ayant décidé d'afficher le Nutri-Score, chaque client recevait un message de confirmation avec un lien pour répondre au questionnaire avec en retour un bon d'achat à utiliser sur la plateforme.

⁵ Le taux de conversion est le pourcentage d'utilisateurs ayant cliqué sur la page d'un restaurant et ayant finalisé leur achat sur celui-ci.

Compte-tenu de la taille des échantillons disponibles pour l'expérience nous utilisons en guise de données témoins de comparaison une observation parallèle de l'ensemble des restaurants sur le même segment de marché dans la ville où est effectuée l'expérimentation. Il s'agit ici d'une catégorie de marché intitulée « segment marché healthy » qui ont une offre alimentaire similaire aux chaînes intégrées dans cette expérimentation. Les données contrôles sont aussi issues par la plateforme de mise en relation Deliveroo.

2.2. LA MÉTHODOLOGIE QUALITATIVE

En complément de ces données quantitatives, des entretiens semi-directifs en ligne (visio-conférence Teams) ont été réalisés auprès de huit restaurateurs participants et non participants à l'expérimentation, ainsi que deux collaborateurs de la plateforme Deliveroo. Chaque entretien (guide en annexes 9.1. et 9.2.) est enregistré et retranscrit. Les profils des restaurateurs interviewés sont détaillés en annexe 9.3. L'analyse descriptive est effectuée par un codage systématique des verbatims par catégorie et sous-catégories. Ces catégories sont ensuite regroupées par thématiques, permettant de mettre en lumière les concepts principaux évoqués pendant les entretiens.

Cette analyse qualitative nous permet de mieux comprendre les modalités d'usage du Nutri-Score sur une plateforme de vente en ligne et les opinions véhiculées par les parties prenantes du projet : la plateforme de mise en relation et les restaurateurs.

3. RÉALISATION ET CONDUITE DE L'EXPÉRIENCE

3.1. LES SPÉCIFICITÉS DE LA PLATEFORME DE MISE EN RELATION

3.1.1. Deliveroo : un exemple de plateforme de mise en relation

Deliveroo est une plateforme de mise en relation britannique, fondée à Londres en 2013 et arrivée sur le marché français en 2015. Acteur important sur le marché, Deliveroo propose sur son interface les offres alimentaires de nombreuses enseignes de restauration et des commerces de proximité présentes sur tout le territoire français avec qui la plateforme contractualise. En décembre 2021, elle compte 26 000 établissements partenaires, environ deux fois plus qu'en début 2020. Son offre de produits est étendue : sushis, pizzas, burgers, nouilles, sandwichs, bagels, bowls et poké, etc. (Deliveroo, 2021). Parmi les enseignes présentes sur le site de Deliveroo, plusieurs sont classées dans la catégorie de restauration rapide : burgers, pizzas et sushis. Ce sont les repas les plus commandés sur la plateforme en France.

L'offre alimentaire sur la plateforme de Deliveroo est catégorisée par l'enseigne en une typologie comprenant plus d'une vingtaine de catégories. Parmi elles, on trouve le type de plats (pâtisseries, pizzas, sandwichs etc...), le style de cuisine (vietnamien par exemple), mais aussi une catégorie « équilibré ».

Deliveroo étend aussi son offre à des produits de la grande distribution. Ainsi, en avril 2021, Carrefour et Deliveroo ont annoncé un partenariat concernant la France, la Belgique, l'Italie et l'Espagne, visant à proposer un service de livraison à domicile des courses alimentaires en moins de 30 minutes. En France des partenariats comparables sont également en vigueur avec Groupe Casino, Intermarché, Auchan ou encore avec Picard, en exclusivité.

Le modèle économique de Deliveroo repose sur le prélèvement d'une commission. Celle-ci rémunère l'ensemble d'un service. Le consommateur du produit final est aussi facturé de frais de services et de livraisons ; ces derniers varient en fonction de plusieurs paramètres. Deliveroo propose également aux utilisateurs finaux de la plateforme de payer un abonnement nommé "Deliveroo Plus" qui propose un prix fixe mensuel permettant de ne plus payer les frais de livraison sur chaque commande, et amorti en deux commandes par mois environ pour couvrir les coûts du service logistique.

3.1.2. L'engagement de Deliveroo dans cette étude

L'ambition première de l'entreprise britannique Deliveroo, d'après le fondateur Will Shu, est de devenir « l'entreprise définitive de l'alimentation en ligne et d'être la première plateforme vers laquelle les personnes se tournent à chaque fois qu'elles pensent à l'alimentation ». Cette ambition se concrétise par la recherche d'une amélioration constante de « l'expérience

client » en ligne, ainsi que par le soutien commercial des restaurants et commerces partenaires. Pour Deliveroo, la réalisation de l'expérimentation avec l'affichage du Nutri-Score s'inscrit dans une stratégie de réflexion aux côtés des pouvoirs publics . L'enseigne Deliveroo a la volonté de s'entourer des meilleures institutions et partenaires qui pourraient contribuer à la réalisation de leur ambition.

La direction de Deliveroo France a validé le projet Nutri-Score et celui-ci a été concrètement mené par la directrice de la communication consumer, Charlotte Rose. Il est important de noter que dans le cadre de cette expérimentation, le rôle de Deliveroo dans l'implémentation du Nutri-Score au sein des enseignes partenaires est celui d'un accompagnateur et d'un facilitateur pour sélectionner, recruter et échanger tout au long du projet avec les restaurateurs.

3.1.3. Le parcours client sur les plateformes de mise en relation

Les plateformes de mise en relation se positionnent sur ce marché de la restauration hors-domicile, afin de faciliter la relation entre les restaurateurs, les consommateurs et les services de livraison (7). Sur ces plateformes en ligne sont présentées les offres alimentaires de leurs restaurants partenaires (8). Elles sont consultables par le client final, via smartphone ou ordinateur. L'utilisateur peut parcourir l'ensemble de l'offre alimentaire disponible selon le lieu de localisation. Il sélectionne le restaurant ou le commerce de proximité, les items de son repas ou ses courses, commande et paie en ligne. Il peut aussi trier l'offre disponible en fonction du restaurant, de sa localisation, de la catégorie alimentaire, de notes attribuées à la qualité des aliments ou des services de restauration et livraison ou des offres promotionnelles.

La Figure 2 illustre le parcours client sur la plateforme de mise en relation Deliveroo. L'utilisateur est invité à indiquer sa localisation géographique, à créer son profil si c'est un nouveau client ou à s'identifier. La plateforme propose des offres alimentaires personnalisées en modulant les premières offres visibles par les utilisateurs en fonction de leurs préférences déjà exprimées notamment. Pour un nouvel utilisateur, les premières offres visibles sont les restaurants partenaires ayant payé un emplacement « à la une », puis viennent les offres promotionnelles, les enseignes recevant le plus de commandes et les enseignes proches de la localisation choisie.

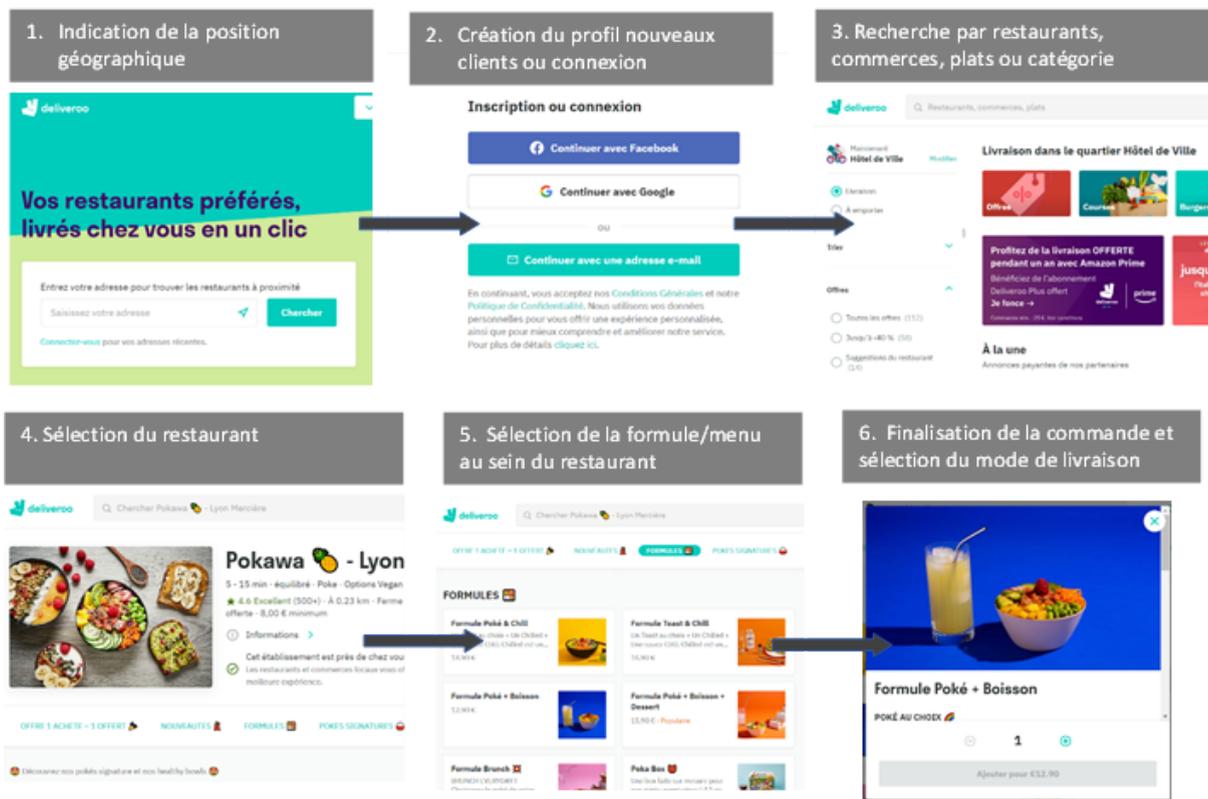


Figure 2 Les étapes du parcours client sur la plateforme de mise en relation Deliveroo

3.1.4. Le parcours client sur la plateforme avec l'application du Nutri-Score

Le Nutri-Score s'affiche sur la plateforme au moment de la sélection de l'offre alimentaire (étape 5-figure 2) du restaurant choisi par le consommateur. L'utilisateur peut voir le Nutri-Score de l'item de la carte au moment où celui-ci arrive sur la page du restaurant en question et choisit les différents éléments du menu.

La Figure 3 illustre la manière dont le Nutri-Score apparaît pour les utilisateurs de la plateforme pendant la période d'expérimentation.

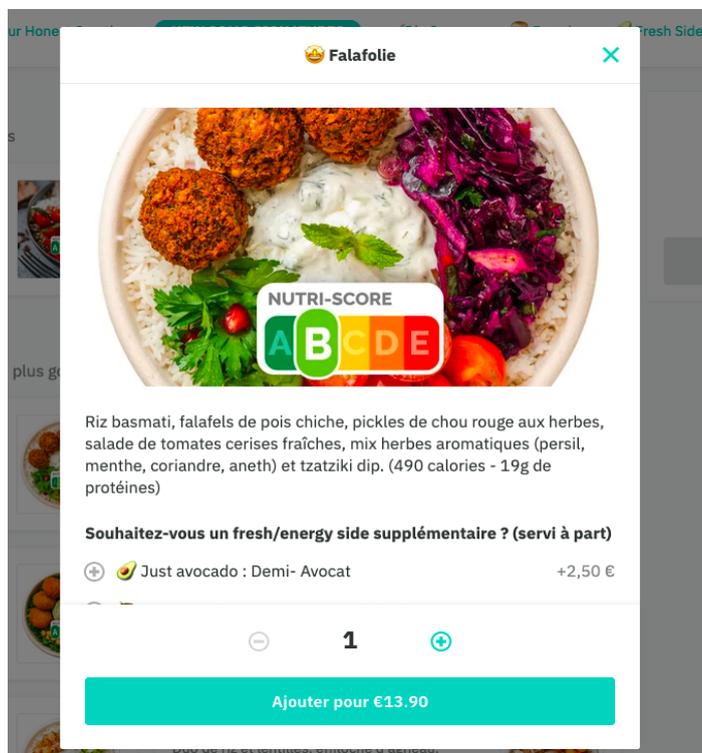


Figure 3 Illustration d'un plat d'une enseigne participante avec un Nutri-Score
Source : capture d'écran de la plateforme Deliveroo

3.2. LE RECRUTEMENT DES CHÂÎNES DE RESTAURATION PARTENAIRE

Les chaînes de restaurations souhaitant participer à l'étude et à l'affichage du Nutri-Score sont recrutées en partenariat avec la plateforme de mise en relation Deliveroo. Seules des grandes chaînes, possédant plusieurs points de vente, ont été sollicitées dans le cadre de l'expérimentation, car considérées comme ayant les ressources et la capacité de répondre aux exigences de l'étude. Quatre chaînes de restaurants se sont portées volontaires pour participer à l'étude. Finalement, uniquement deux chaînes de restauration, avec au total 26 points de vente sur la région parisienne, ont affiché le Nutri-Score via la plateforme Deliveroo. Ces deux chaînes ont une offre d'alimentation diversifiée composée de bowls, salades, wraps et sandwichs. Les autres chaînes se sont retirées de cette partie de l'étude à cause de contraintes techniques d'opérationnalisation ou alors de non-souhait d'afficher le Nutri-Score en ligne sur leurs plats.

3.3. LE PROFIL DES CHAÎNES DE RESTAURATION RECRUTÉS

3.2.1. La chaîne de restauration A

La chaîne de restaurant A est construite autour du concept de la cuisine équilibrée, proposant des produits de saison avec des recettes conçues par leur cheffe. Leur offre alimentaire est composée de bowls à base de poissons, viandes ou légumineuses et féculents, de sandwiches pitas et de soupes. L'enseigne propose aussi des jus frais et des desserts. Elle a 13 points de vente à Paris et propose une restauration le midi et le soir. La valeur moyenne du panier commandé via la plateforme Deliveroo au cours de l'expérimentation est de 20,60 Euros. La chaîne de restauration A a participé à l'ensemble de l'étude et a affiché le Nutri-Score sur 21 plats de sa carte (14 plats principaux et 6 desserts) via la plateforme Deliveroo pendant une période de cinq semaines.

3.2.2. La chaîne de restauration B

La chaîne B propose une cuisine d'inspiration Méditerranéenne avec des plats chauds et froids qui peuvent aussi être personnalisés. Leur offre alimentaire est composée de bowls à base de poissons, de viandes ou d'options végétariennes. Leur menu propose aussi plusieurs dips, type houmous, labneh et des salades en accompagnements, ainsi que des desserts et des boissons. La chaîne a huit points de vente à Paris et propose une restauration le midi et le soir. La chaîne de restauration B a participé à l'ensemble de l'étude et a affiché le Nutri-Score sur 32 plats sur sa carte (6 plats principaux, 22 accompagnements et 4 desserts) via la plateforme Deliveroo pendant une période de cinq semaines.

3.2.3. La chaîne de restauration C

La chaîne de restauration C propose des sandwiches fait maison à base de produits de saison. L'offre alimentaire est composée de sandwiches fait sur demande, de soupes, de salades et de desserts. L'enseigne opère avec cinq points de vente à Paris et propose une restauration le midi et le soir. Le Nutri-Score a été calculé pour 17 plats de leur carte (10 sandwiches et salades et 7 desserts). L'enseigne de sandwicherie a dû finalement se retirer de l'affichage du Nutri-Score via la plateforme Deliveroo à cause de problématiques d'opérationnalisation de l'expérimentation. L'enseigne a changé de carte au moment où les Nutri-Scores devaient être affichés sur la plateforme et il n'a pas été possible en termes de ressources et de temps de refaire les calculs.

3.2.4. La chaîne de restauration D

La chaîne de restauration D propose des plats inspirés de la cuisine de l'Asie du Sud-Est. L'offre alimentaire est composée de rouleaux de printemps, de salades à base de poisson, de poulet ou de crevettes, de plats à base de nouilles ou de riz et des desserts. L'enseigne opère avec deux restaurants à Paris et propose une restauration non-stop de 12h00 à 23h00. Le Nutri-Score a été calculé pour 36 plats de leur carte (11 entrées et salades, 18 plats principaux, 7 desserts). L'enseigne s'est retirée de l'affichage du Nutri-Score via la plateforme Deliveroo. Les gérants de l'entreprise n'ont plus souhaité poursuivre avec l'affichage au vu du nombre important de score C et D sur leur carte.

3.4. L'EXPÉRIMENTATION : L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE

Cette phase expérimentale se déroule sur une période de 13 semaines : quatre semaines avant l'affichage du Nutri-Score, cinq semaines pendant l'affichage du Nutri-Score et quatre semaines après l'affichage du Nutri-Score. Les données quantitatives de ventes des cinq semaines pendant l'affichage du Nutri-Score sont comparées aux données de ventes des quatre semaines précédentes et suivantes.

3.5. LE RECRUTEMENT DES CONSOMMATEURS

Il n'y a pas eu de procédure de recrutement particulier mis en place pour cette étude. Les sujets incluent dans l'étude sont les utilisateurs de la plateforme de mise en relation Deliveroo qui ont sélectionné les chaînes de restaurants participants pendant les 13 semaines de l'expérimentation. Afin d'inciter les consommateurs finaux des repas des restaurants partenaires de répondre au questionnaire, un bon d'achat à utiliser sur la plateforme a été proposé.

3.6. LE PROFIL DES CONSOMMATEURS

Le profil des consommateurs finaux des repas des restaurants participants, qui ont répondu au questionnaire en ligne, est détaillé ci-après.

3.6.1. Le profil consommateurs

52 consommateurs ont répondu au questionnaire en ligne avec une répartition équilibrée entre les hommes et les femmes.

3.6.1.1. L'âge des répondants

83% des consommateurs finaux ayant répondu au questionnaire en ligne ont entre 25 et 49 ans. C'est une population représentative des utilisateurs des plateformes de mise en relation en milieu urbain, soit des jeunes personnes actives (1).

3.6.1.2. La situation professionnelle des répondants

Tableau 1 Nombre de répondants en fonction de la catégorie socio-professionnelle

| Situation professionnelle | Nombre de répondants |
|--|-----------------------------|
| Agriculteurs exploitants | 1 |
| Artisans, commerçants | 1 |
| Cadres, cadres supérieurs, professions intellectuelles | 34 |
| Employés | 9 |
| Etudiants | 3 |
| Professions intermédiaires | 4 |
| Total | 52 |

Source : données recueillies dans l'étude

Le Tableau 1 présente la catégorie socio-professionnelle des répondants au questionnaire en ligne, dont 65% font partie des cadres supérieurs professionnels. Les entretiens auprès des chaînes de restauration et des collaborateurs de Deliveroo ont permis de confirmer que c'est une clientèle typique.

4. LES RÉSULTATS : LES MODALITÉS D'APPLICATION DU NUTRI-SCORE AUX SPÉCIFICITÉS D'UNE PLATEFORME DE MISE EN RELATION

4.1. L'IMPACT DE L'UTILISATION DU NUTRI-SCORE VIA UNE PLATEFORME

Résultat 4.1. Une plateforme de mise en relation factorise l'offre alimentaire d'un grand nombre de restaurants et d'enseignes. Son offre est donc plus étendue et diversifiée qu'en restauration commerciale traditionnelle. Cette offre s'adresse à une clientèle potentiellement très large. La mise en place du Nutri-Score à l'échelle de la plateforme impacterait donc un nombre considérable de restaurants et de consommateurs en développement entre ces faces des externalités positives fortes.

Les plateformes de mise en relation ont la spécificité de proposer une offre alimentaire plus diversifiée et conséquente que ce que l'on pourrait trouver dans la restauration traditionnelle autour de son domicile ou lieu de travail. En effet, l'offre alimentaire sur la plateforme de Deliveroo comporte plus d'une vingtaine de catégories. Parmi elles, on trouve le type de plats (pâtisseries, pizzas, sandwichs etc...), le style de cuisine (vietnamien par exemple), mais aussi une catégorie « équilibre ». La plateforme Deliveroo recense 26 000 établissements partenaires en décembre 2021 et compte, en 2022, 7,4 millions de clients actifs mensuels sur 10 marchés géographiques, pour une fréquence d'achat de 3,4 commandes en moyenne par mois par utilisateur (source : résultats financiers rendus publics par l'entreprise, 2022). Leurs partenaires incluent des chaînes de restauration, notamment de fast-food, qui détiennent une part de marché considérable dans l'offre de restauration hors-domicile en France.

La mise en place du Nutri-Score via ce type de plateforme pourrait donc impacter un nombre considérable d'enseignes de la restauration, ainsi qu'un nombre important de consommateurs réguliers. Les plateformes de mise en relation pourraient donc être un outil plus efficace pour étendre le Nutri-Score à la restauration commerciale que d'envisager son implémentation par des chaînes de restauration individuelle.

4.2. LES MODALITÉS D'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE SUR UNE PLATEFORME

Résultat 4.2. Une plateforme offre un parcours-client complet : choix de produits, mais aussi choix de restaurant, mode, lieu et moment de livraison. Cette intégration en ligne du parcours-clients est propice à un usage élargi du Nutri-Score. La plateforme dispose d'une grande latitude de possibilités d'affichages du Nutri-Score, orientant le consommateur le long de ce parcours-client. Selon le mode choisi d'affichage, le Nutri-Score permettra de comparer les enseignes entre elles, des plats substituables d'une enseigne à l'autre, les catégories d'aliments etc.

Les spécificités d'une plateforme de mise en relation sont sa capacité à réunir dans le même espace digital virtuel : l'offre, avec les restaurants et les produits, la demande, avec les utilisateurs de la plateforme, ainsi qu'un mode de livraison. Le Nutri-Score peut ici jouer un rôle positif en matière nutritionnelle pour les utilisateurs tant dans le choix du restaurant que dans le choix des produits dans un restaurant donné. En effet, l'utilisation du Nutri-Score sur ces plateformes pourraient permettre à l'utilisateur de comparer les enseignes de restauration entre elles, puis les différents plats entre eux.

De plus, les compétences des ingénieurs informatiques de Deliveroo leur permettraient d'intégrer le Nutri-Score sur la plateforme, de l'actualiser et de l'utiliser comme paramètre d'analyse des tendances d'achats des consommateurs et de l'offre des enseignes partenaires.

La plateforme de mise en relation présente plusieurs facettes qui seraient propice à l'affichage du Nutri-Score. Le lieu d'affichage dépend du moment et de la manière dont les différents éléments au sein de la plateforme devraient être comparés : les enseignes entre elles, les plats entre eux etc.... Les différentes modalités d'affichage sont les suivantes :

- Le Nutri-Score affiché sur chaque restaurant
- Le Nutri-score affiché sur chaque plat au sein d'un même restaurant
- La mise en place d'une catégorie Nutri-Score à part entière sur la plateforme
- Un affichage ad-hoc en fonction des volontés des enseignes de restauration

L'affichage du Nutri-Score pour une enseigne implique réaliser une moyenne des Nutri-Scores de l'offre alimentaire proposée au sein de chaque menu. Cette information est potentiellement peu pertinente et peu lisible pour le consommateur. Il faudrait réaliser une étude sur une offre alimentaire diversifiée en France, afin de déterminer si effectivement il serait possible de discriminer correctement entre plusieurs enseignes de restauration.

L'affichage du Nutri-Score sur les éléments de menus au sein d'un même restaurant n'influence pas sur le choix de l'enseigne de restauration, mais sur les items que l'utilisateur inclue dans son panier en ligne. Il faut déterminer si le Nutri-Score a la capacité de discriminer correctement entre les différents plats proposés par une même enseigne de restauration.

La mise en place d'une catégorie Nutri-Score permettrait à l'utilisateur de trier l'offre alimentaire en visualisant uniquement les enseignes qui affichent le Nutri-Score. Toutefois, cette catégorie pourrait potentiellement uniquement attirer les utilisateurs qui sont déjà sensibilisés aux thématiques liées à la nutrition-santé.

4.3. LA CAPACITÉ D'INFLUENCE DES PLATEFORMES

Résultat 4.3. Aujourd'hui, Deliveroo n'est pas en mesure de convaincre systématiquement, ou même massivement ses restaurants et enseignes partenaires d'afficher le Nutri-Score.

Cette expérimentation nous a permis d'identifier que dans la pratique, il est compliqué pour une plateforme de mise en relation de Deliveroo de convaincre ses enseignes partenaires à afficher le Nutri-Score pour différentes raisons.

Le premier frein sont les contraintes techniques liées au calcul du Nutri-Score pour les restaurants partenaires. En effet, la grande majorité des restaurants n'ont pas accès ou n'utilisent pas de base de données leur permettant de répertorier leurs fournisseurs, leurs ingrédients, leurs fiches techniques et leurs valeurs nutritionnelles. De plus, nombreux sont ceux qui fonctionnent sans fiches techniques et standardisation de leurs recettes. Toutefois, comme spécifié dans les modalités de mise en œuvre de l'étude, seules des grandes chaînes ont été contactées pour intégrer l'expérimentation. Au vu de ces éléments, il pourrait donc avoir environ 200 enseignes, avec des volumes de ventes conséquents, affichant le Nutri-Score via la plateforme Deliveroo.

Deuxièmement, les restaurants sont craintifs de l'impact économique potentiellement lié à l'affichage du Nutri-Score. Parmi ces 1%, c'est-à-dire les grandes enseignes, ayant les compétences techniques pour implémenter le Nutri-Score, nombreux sont les restaurants initialement intéressés par la démarche, mais qui ne souhaitent finalement pas s'engager, à cause de l'anticipation d'un impact négatif sur les ventes.

Troisièmement, la plateforme manque d'arguments concrets à montrer aux enseignes sur l'impact de l'affichage du Nutri-Score, afin de les convaincre à intégrer l'expérimentation.

Finalement, l'activité de la livraison ne représente qu'une partie complémentaire du chiffre d'affaires de l'enseigne de restauration et donc l'entreprise Deliveroo n'est pas dans une position dominante pour imposer une mesure d'intervention structurelle qui s'appliquerait uniquement à la carte de livraison sans pouvoir assurer que cela aurait un impact positif sur tout le business de l'enseigne partenaire. Elle peut apporter des propositions et de nouvelles idées, mais n'est pas dans une situation qui lui permettrait d'imposer des actions de la part des restaurants partenaires

5. LES RÉSULTATS : LES RESTAURATEURS FACE A LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE

Les résultats sont tirés de l'analyse qualitative par thématique des dix entretiens effectués avec les salariés de Deliveroo et les restaurateurs.

5.1. LES MOTIVATIONS DES RESTAURATEURS À LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE

Résultat 5.1. Les enseignes qui se sont montrées motivées pour expérimenter le Nutri-Score dans le cadre de cette étude sont toutes positionnée sur le segment « aliment sain », (*Healthy*). Ces enseignes proposent principalement une offre de produits aux Nutri-Score A ou B.

Notre échantillon d'enseignes interrogé met en avant que les restaurants se portant volontaires à l'affichage du Nutri-Score se placent principalement sur le segment de marché « healthy ». Ce sont donc des chaînes de restauration qui proposent une offre marketée via des arguments de qualité et d'équilibre nutritionnels de leurs plats et menus. Les chaînes de restauration s'unissent dans l'avis que l'utilisation du Nutri-Score, permettant principalement d'afficher des scores A et B, crédibilise leur positionnement, leur engagement et leur stratégie de communication sur le segment de marché « healthy ».

D'autres chaînes de restauration se positionnant sur d'autres segments de marché pensent plutôt que l'utilisation du Nutri-Score est une information importante pour la santé publique, mais qu'en tant qu'entrepreneur, son affichage n'est pas une priorité stratégique.

5.2. LES RÉTICENCES DES RESTAURATEURS À LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE

Résultat 5.2.1. Les restaurateurs hors segment « aliments sains » sont réticents au Nutri-Score. Ils craignent une baisse de chiffre d'affaires, mais aussi des coûts additionnels de calcul et de gestion. Ils manquent de temps, et de ressources pour le mettre en place.

Résultat 5.2.2. La nutrition n'est pas une priorité pour les restaurateurs hors segment « aliments sains ». Ils sont aujourd'hui convaincus qu'il est préférable pour eux de se concentrer sur la mise en valeur de leurs modes de production « maison » et sur les valeurs hédoniques. Ce sont là selon eux les critères de choix de leurs convives.

Certains restaurateurs interrogés dans le cadre de cette étude estiment que l'affichage du Nutri-Score sur leurs menus augmenterait la concurrence directe entre les enseignes sur un marché déjà très concurrentiel. C'est un secteur qui se remet peu à peu de la pandémie sanitaire du Covid-19 et les restaurateurs sont très craintifs d'autres facteurs qui pourraient impacter leur chiffre d'affaires. Un phénomène qui, à leur avis, est exacerbé par la présence

des plateformes de mise en relation, où la plateforme digitale permet au consommateur de choisir parmi une offre de restauration encore plus importante.

D'autres réticences à l'affichage du Nutri-Score sont l'impact négatif potentiel sur la performance économique et les contraintes techniques liées à son utilisation. En effet, le risque de perte de chiffre d'affaires est la raison principale citée pour laquelle les chaînes de restauration n'ont pas souhaité participer à l'étude. Des « mauvais » Nutri-Score qui ne reflètent pas l'image de l'établissement et qui risqueraient ainsi de nuire aux ventes et à la performance économique sont une autre raison pour laquelle les restaurateurs n'ont pas souhaité afficher celui-ci sur leurs menus que ce soit directement dans leur restaurant ou alors via la plateforme de restauration en ligne. L'ensemble de notre échantillon interrogé redoute les coûts et les contraintes techniques liés à l'affichage du Nutri-Score. Les restaurateurs insistent sur le manque de temps et de ressources dans ce secteur, ainsi que des cartes changeantes qui complexifient l'utilisation du Nutri-Score.

Finalement, le Nutri-Score serait aussi pour certains globalement peu adapté au secteur de la restauration ; les clients à la recherche de plaisir gustatif ne seraient pas réceptifs à ce type d'information nutritionnelle. Le Nutri-Score est perçu comme un outil de différenciation destiné uniquement aux grandes surfaces. De plus, la nutrition n'est pas vue comme une priorité pour les restaurateurs. Ceux-ci se focalisent plutôt sur des notions qui mettent plus en valeur leur travail et, qui sont également, plus recherchées et comprises par les convives, tels que le fait maison, le local, la mise en valeur de petits producteurs et le bio. Les restaurateurs estiment que le consommateur ne comprend pas et ne sait pas comment utiliser le Nutri-Score.

5.3. L'IMPACT DE L'UTILISATION DU NUTRI-SCORE SUR L'OFFRE DES CHAÎNES DE RESTAURANTS

Résultat 5.3. Les enseignes participantes à l'étude – du segment « aliments sains » – souhaitent améliorer les Nutri-Scores de leurs plats. Pour elles, le Nutri-Score peut être utilisé comme un outil de travail leur permettant des améliorations nutritionnelles.

L'ensemble des chaînes de restauration qui ont participé à cette étude et qui ont fourni les informations nécessaires pour calculer le Nutri-Score, expriment la volonté d'améliorer la qualité nutritionnelle des plats proposés. Les restaurateurs souhaitent mieux comprendre comment l'algorithme fonctionne, afin de trouver les solutions culinaires adéquates pour améliorer les scores de leurs repas, notamment quels sont les ingrédients qui tirent les scores négativement vers le bas.

Le Nutri-Score pourrait être utilisé comme un outil de travail pour les restaurateurs leur permettant de mieux qualifier la qualité nutritionnelle de leurs menus et de mettre en place des améliorations nutritionnelles. Des objectifs d'améliorations nutritionnelles et des

reformulations de recettes ont aussi été engagés chez les industriels à la suite de l'adoption plus étendu du Nutri-Score dans le secteur de la grande distribution (9).

6. LES RÉSULTATS : L'IMPACT DE L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE SUR LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

6.1. L'IMPACT DE L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE VIA UNE PLATEFORME SUR LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DES RESTAURANTS DE L'ÉTUDE

Résultat 6.1. L'expérimentation montre que l'affichage du Nutri-Score n'a pas diminué la performance économique des enseignes participantes du segment « aliments sains ».

L'analyse des données de ventes de la plateforme de mise en relation pendant la période d'expérimentation de 13 semaines (avant, pendant et après l'affichage du Nutri-Score) et la comparaison avec les données contrôles montrent qu'il n'y a pas d'impact particulier du Nutri-Score sur le comportement du consommateur. L'affichage du Nutri-Score n'a donc pas diminué le nombre de ventes et la performance économique de l'enseigne. Ce résultat n'est pas surprenant et rejoint les résultats d'autres études avec un très large échantillon de sujets qui se portent sur le choix des consommateurs dans des contextes réels de supermarchés qui montrent que l'affichage du Nutri-Score a un impact minime sur le comportement du consommateur et le choix de produits (10).

La Figure 4 présente l'évolution du nombre de commandes sur la période d'expérimentation pour une des enseignes participantes. Il n'y a pas de différence significative entre les périodes d'observations, avant, pendant et après l'affichage et la courbe des ventes suit le même schéma que les données contrôles du marché du segment « healthy » dans la même zone géographique. L'augmentation observée au début de la période pendant l'affichage du Nutri-Score est plutôt liée à la période de rentrée en septembre.

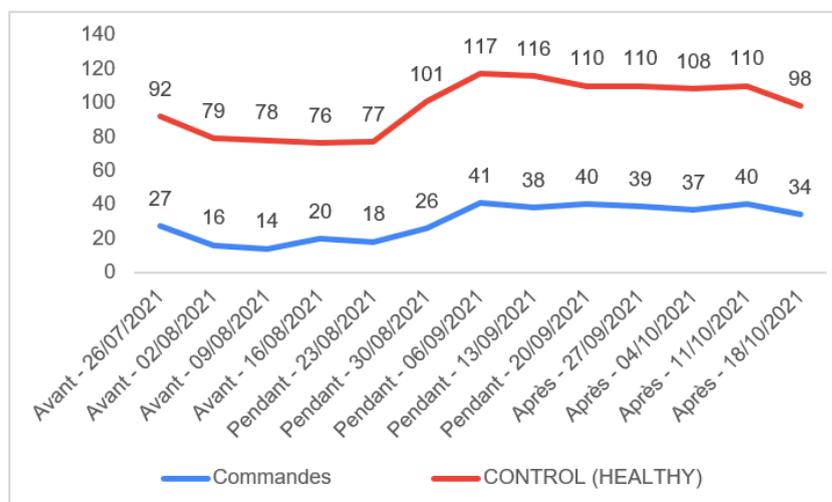


Figure 4 Nombre de commandes globales effectuées pour la chaîne de restauration A en comparaison avec le segment Healthy

6.2. L'IMPACT DES PLATEFORMES SUR LE PARCOURS DU CONSOMMATEUR

Résultat 6.2. La personnalisation des parcours-clients et des produits est au cœur des stratégies des plateformes de mise en relation. La personnalisation de l'affichage du Nutri-Score est à inventer, afin d'exploiter au mieux cette spécificité.

Les plateformes de mise en relation présentent des spécificités particulières pour le consommateur qui ne sont pas présentes dans une offre traditionnelle de restauration. En effet, l'utilisateur de la plateforme est face à un choix de restauration plus diversifié. De plus, l'accessibilité économique et géographique à cette offre de restauration est facilitée grâce à des offres promotionnelles et des solutions de livraison intégrées. Les algorithmes des plateformes sont aussi programmés pour afficher en premier des options de restauration qui correspondent aux choix précédents des utilisateurs. L'offre est donc individualisée aux préférences des clients de la plateforme. Cette fonction influence aussi les choix des utilisateurs qui sont incités dans un premier temps à toujours se tourner vers les mêmes types d'offres de restaurations, qui auront aussi potentiellement la même qualité nutritionnelle.

Dans cette expérimentation, le Nutri-Score est affiché sur l'étape 5 du parcours client sur la plateforme de mise en relation (voir partie 3.1.3). L'affichage du Nutri-Score peut donc influencer le parcours client au moment du choix des items d'un menu d'un restaurant donné. Le choix du restaurant par les utilisateurs n'est pas compris au sein de la méthodologie de cette étude. Il serait donc possible d'explorer d'autres facettes de la plateforme de mise en relation à travers les différentes étapes du parcours client, afin de déterminer à quel niveau l'affichage du Nutri-Score pourrait être le plus pertinent.

A moyen terme, il serait envisageable de mettre en place un suivi personnalisé de la consommation, afin que chaque utilisateur puisse visualiser la qualité nutritionnelle de ces choix sur une période donnée.

6.3. L'IMPACT DE L'AFFICHAGE SUR LA QUALITÉ NUTRITIONNELLE DES REPAS CHOISIS

Résultat 6.3. Les résultats de l'expérimentation menée sur les comportements d'achat de clients ne montrent pas que l'affichage du Nutri-Score conduit à changer les choix de façon à améliorer leur qualité nutritionnelle.

L'échantillon des restaurants partenaires qui ont affiché le Nutri-Score est petit et spécifique au segment de marché « healthy ». Leurs plats principaux affichent déjà des Nutri-Score A ou B. Il est donc difficile d'observer une amélioration de la qualité nutritionnelle des repas choisis par les utilisateurs de la plateforme vu que ceux-ci se portent déjà sur des plats qui

sont équilibrés. Notre échantillon est trop petit pour pouvoir tirer des conclusions sur le comportement des utilisateurs de la plateforme. L'analyse des nombres de commandes par type de plats (plats principaux, desserts, accompagnements), la période et le Nutri-Score ne montre pas de tendance particulière à choisir des items (accompagnements, plats, desserts) avec des meilleurs Nutri-Score. La Figure 5 montre le nombre moyen de commandes des accompagnements (dips, salades) sur l'enseigne de restauration B via la plateforme Deliveroo en fonction du Nutri-Score et de la période d'expérimentation ; avant, pendant et après l'affichage sur la plateforme. Il y a une petite baisse du nombre de commandes moyennes sur les accompagnements avec un Nutri-Score D. Toutefois, il faudrait pouvoir confirmer ces résultats avec un échantillon de restaurants et de types de plats beaucoup plus important.

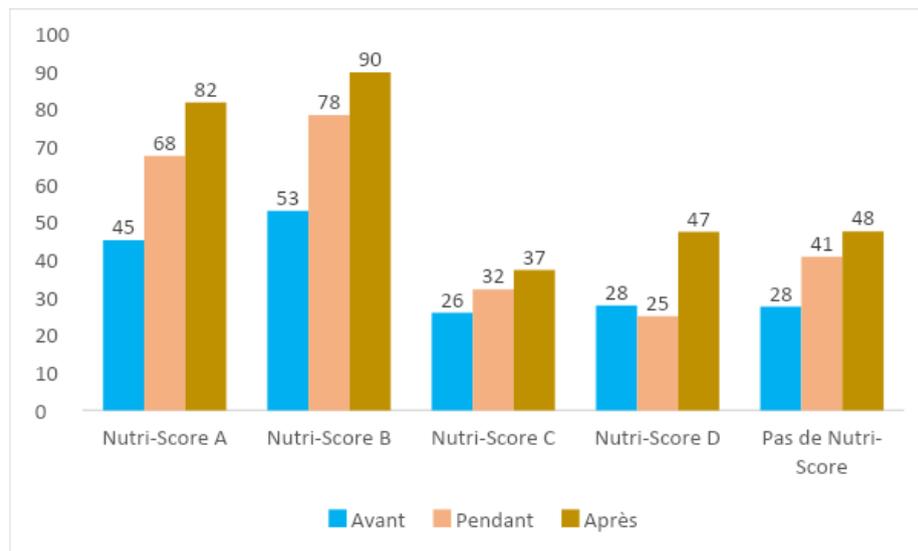


Figure 5 Nombre moyen de commandes d'accompagnements par semaine sur chaque période d'expérimentation en fonction du Nutri-Score pour l'enseigne de restauration B

Les résultats d'une étude menée au sein de la restauration collective en entreprise ont montré que l'affichage du Nutri-Score sur une période de 13 semaines a significativement amélioré la qualité nutritionnelle des plats sélectionnés, avec une réduction de calories, sucres et acides gras saturés consommés (11). Il est possible que le Nutri-Score affiché au sein même d'un restaurant a plus d'impact qu'un Nutri-Score affiché en ligne, notamment dû à l'influence des choix des autres convives. Il serait intéressant de poursuivre l'étude de la faisabilité de l'affichage du Nutri-Score via une plateforme de mise en relation avec un plus grand nombre de restaurants partenaires afin d'avoir un panel d'offre et de consommateurs plus représentatifs.

6.4. L'AVIS DES CONSOMMATEURS SUR L'AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE VIA UNE PLATEFORME

Résultat 6.4. La majorité des consommateurs connaissent et déclarent utiliser le Nutri-Score dans leurs choix. Ils sont favorables à l'utilisation de ce score en restauration commerciale.

La majorité des utilisateurs de la plateforme Deliveroo interrogée dans le cadre de cette étude (69%) connaît et utilise le Nutri-Score lors de leurs achats en grande distribution. 35% des répondants déclarent avoir vu et utilisé le Nutri-Score sur la plateforme Deliveroo. Les consommateurs sont majoritairement favorables (88%) à l'utilisation du Nutri-Score en restauration commerciale et à l'affichage du Nutri-Score par Deliveroo et les restaurants partenaires. Les consommateurs trouvent que c'est un outil pertinent pour faire de meilleurs choix alimentaires pour la santé. Ils estiment qu'il serait intéressant que les plats avec des Nutri-Score A ou B soient mis en avant pour chaque restaurant de la plateforme. Certains (33%) émettent toutefois un doute quant à la fiabilité du Nutri-Score en restauration commerciale par rapport à son utilisation en grande distribution.

Les répondants à cette enquête (partie 3.6) sont une population jeune, urbaine, principalement issue des catégories socio-professionnelles supérieures. Ce sont aussi des personnes ayant spontanément choisi une offre de restauration nutritionnellement équilibrée. Les répondants ont donc déjà une certaine sensibilité aux thématiques de l'enquête. Il faudrait réitérer cette enquête avec un panel plus large de consommateurs afin d'avoir une meilleure représentativité de la population française.

7. DISCUSSIONS DES RÉSULTATS ET LIMITES DE L'ÉTUDE

Dans le cadre des études lancées par le ministère sur le Nutri-Score en restauration, la présente étude avait un positionnement très ciblé. Elle était aussi perçue d'emblée comme exploratoire.

Il s'agit d'étudier la faisabilité et la pertinence de l'implémentation du Nutri-Score sur une plateforme de vente en ligne de restauration à domicile. Le cas Deliveroo était idéal pour ce faire puisque cette société internationale est précisément une plateforme spécialisée dans la mise en relation du client final avec de grandes enseignes de restauration. Deliveroo assure une triple interface ou '*matching*' : choix d'un restaurant, choix de produits, choix d'un lieu de livraison. Pour ce faire, Deliveroo dispose d'une application en ligne qui relie les trois faces : les clients, les livreurs partenaires, les restaurants.

7.1. L'ADAPTATION DU NUTRI-SCORE AUX SPÉCIFICITÉS DES PLATEFORMES

Cette étude a permis de tester le Nutri-Score sur une plateforme de vente en ligne. L'objectif était d'étudier la pertinence du Nutri-Score en restauration commerciale de vente en ligne. Le Nutri-Score est un outil qui a été initialement développé pour la grande distribution, la vente en libre-service physique. Il permet dans un rayon de grande surface avec une grande diversité de produits, de marques et de qualité nutritionnelle de discriminer plusieurs produits substituables similaires. En restauration commerciale traditionnelle, le consommateur fait face à une offre alimentaire beaucoup plus réduite et la question se pose de savoir s'il est pertinent de comparer entre eux plusieurs plats de composition différentes. L'affichage du Nutri-Score sur une carte physique en restaurant n'inciterait-elle pas les consommateurs à différencier les entrées entre elles, les plats entre eux et les desserts entre eux en fonction de leur score nutritionnel ? Afin de déterminer, s'il y a une réelle discrimination entre les différents plats proposés, il faudrait calculer le Nutri-Score sur un large échantillon de l'offre alimentaire des restaurants standards en France. Dans le cadre de cette première étude, le Nutri-Score a été calculé pour des restaurants se positionnant sur un segment de marché sain, les plats principaux présentent tous des Nutri-Score A ou B, la pertinence de cet outil pour le consommateur est dans ce cas de figure remis en question car il n'y a pas de différenciation entre les plats proposés. C'est le premier facteur limitant de cette étude et qui montre la nécessité d'intégrer un nombre plus important de restaurants partenaires aux plateformes avec une offre alimentaire plus diversifiée et plus représentative des choix habituels des utilisateurs français. En France, les types de restaurations avec le plus de commandes sur les plateformes sont les burgers, les pizzas et les sushis (*source : entretien collaborateur Deliveroo*).

7.2. L’AFFICHAGE DU NUTRI-SCORE VIA LES PLATEFORMES

Les plateformes sont un terrain d’intérêt particulier dans la restauration hors domicile et c’est la première fois qu’une étude exploratrice est réalisée via ces types de plateforme pour évaluer la pertinence du Nutri-Score. Ces plateformes trifaces font évoluer la structure et la fonction des acteurs de la restauration. Le consommateur peut accéder via ces plateformes à une offre alimentaire virtuelle beaucoup plus importante et diversifiée, qui pourrait s’apparenter, par analogie, à la diversité rencontrée en grande surface. A l’intérieur de ces plateformes, il est intéressant d’explorer comment fonctionnent les nombreuses catégories de la typologie de plats parmi lesquels le consommateur peut choisir. L’affichage du Nutri-Score, par exemple, sur l’ensemble de la catégorie « burgers » pourraient ainsi orienter le choix du consommateur vers un choix de meilleure qualité nutritionnelle au sein de cette catégorie de plats. Toutefois, ce fonctionnement implique un questionnement sur la manière dont le Nutri-Score est calculé et visualisé pour l’utilisateur. Il pourrait s’agir d’un score agrégé pour l’ensemble de l’enseigne ou alors un score par plat, visible uniquement lorsque le choix de l’enseigne a déjà été effectué.

L’affichage du Nutri-Score est plus pertinent s’il est apposé sur la grande majorité de l’offre alimentaire disponible sur la plateforme. Le contraste des qualités nutritionnelles des plats substituables ne peut se faire correctement que si l’ensemble des acteurs de la restauration ont la volonté et la capacité de s’impliquer dans la démarche. L’utilisation du Nutri-Score sur des chaînes de restauration avec une offre alimentaire qui propose déjà une très bonne qualité nutritionnelle ne peut que conforter les choix des comportements de consommateurs déjà existants, sans pour autant inciter un changement chez d’autres utilisateurs moins sensibilisés aux thématiques sur la nutrition et la santé. Sa pertinence dans ce cas de figure est donc bien remise en question.

Un autre élément est la manière dont les utilisateurs font leurs commandes. Le client moyen compose un menu plutôt complet et commande souvent pour plusieurs personnes. Dans ce contexte, le Nutri-Score ne devrait-il pas être aussi calculé sur l’ensemble de la commande ? Un focus sur le menu permettrait de mettre en avant les entrées et les desserts qui ressortent comme étant les éléments avec le plus de variabilité dans les scores nutritionnels.

7.3. LES VERROUS D’APPLICATION DANS LA MISE EN PLACE DU NUTRI-SCORE

7.3.1. Les verrous d’applications pour les acteurs de la restauration

Le premier verrou qui se dégage pour les acteurs de la restauration est le manque de qualifications nécessaires et de moyens techniques pour facilement et sans contrainte calculer et apposer le Nutri-Score sur les plats. L’ensemble de la filière nécessiterait un accompagnement pour bien réaliser cette démarche supplémentaire.

Second verrou, il y a pour certains acteurs de la restauration un manque de volonté de s'inscrire dans ce type de démarche, car ceux-ci ne voient pas l'intérêt de ce type de score pour leur activité. Ce refus peut être dû à un manque de compréhension du Nutri-Score, de son objet et de mode de calcul, ainsi que de sa pertinence en tant qu'indicateur de qualité nutritionnelle. D'autres restaurateurs estiment que ce n'est pas un outil qui mette en valeur le travail qui est réalisé par leurs équipes, en cuisine et en amont, sur la qualité de l'approvisionnement ou de la préparation des plats.

Finalement, et c'est le troisième verrou, les restaurateurs estiment que le Nutri-Score n'est pas compris par les clients et que ceux-ci, pour la plupart, ne souhaitent pas visualiser et ne s'intéressent pas à ce type d'informations.

L'affichage du Nutri-Score en restauration commerciale nécessiterait pour les acteurs de la restauration un accompagnement technique dans l'implémentation des calculs et aussi une étape de sensibilisation sur le fonctionnement de l'outil et la manière dont celui-ci pourrait être pertinent pour la restauration commerciale, notamment sur les stratégies d'amélioration nutritionnelle des recettes.

7.3.2. Les verrous d'applications pour les plateformes de mise en relation

Pour Deliveroo, le principal verrou dans l'implémentation du Nutri-Score sur l'ensemble de la plateforme est la difficulté, en tant que partenaire d'un segment seulement de son business qui est la livraison, de convaincre les grandes enseignes de restauration commerciale d'entrer dans la démarche qui aurait un impact sur toutes ses opérations et activités. La plateforme n'a pas la capacité d'influence du marché, ni un pouvoir de négociation semblable à celui des acteurs de la grande distribution.

7.4. LES PLATEFORMES : UNE RESSOURCE DE DONNEES POUR LE SUIVI DES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS

Les plateformes de type Deliveroo font évoluer le marché de la restauration hors-domicile et réduisent la distance entre le consommateur et la restauration commerciale, rendant ce dernier aussi accessible que la grande distribution (segment qui multiplie l'accessibilité de client via des services drive, click & collect, livraison à domicile). D'ailleurs, ces plateformes tissent des partenariats avec la grande distribution. Les acteurs de la grande distribution qui affichent le Nutri-Score en magasin physique demanderont que le Nutri-Score soit aussi présent sur les produits disponibles via la plateforme.

Les plateformes telles que Deliveroo souhaitent mieux connaître leurs clients, avec pour objectif d'affiner et d'améliorer le parcours client. Cette capacité de comprendre le comportement de chaque utilisateur pourrait aussi amener à réfléchir à la manière dont le

Nutri-Score pourrait être personnalisé pour chaque utilisateur, permettant de visualiser par exemple l'historique de la qualité nutritionnelle de ses choix alimentaires.

8. RECOMMANDATIONS ET CONCLUSIONS

Le Nutri-Score est un outil efficace pour influencer la capacité des consommateurs à classer correctement les aliments en fonction de leur qualité nutritionnelle, la qualité nutritionnelle des achats alimentaires réels et prévus, et le choix de la taille des portions. Il a été mis en œuvre avec succès pour les produits de grande surface et en restauration collective, mais notre projet constitue la première tentative de mettre en œuvre le Nutri-Score sur une plateforme de mise en relation et de déterminer la pertinence de son utilisation pour ce secteur.

L'amélioration de la qualité nutritionnelle nécessite une implication et une collaboration multipartite et intersectorielle entre les gouvernements, les associations et le secteur privé. Notre projet visant à mettre en œuvre le Nutri-Score sur les plateformes alimentaires en ligne est un exemple d'engagement entre la société civile, le monde universitaire et le secteur privé qui travaillent ensemble pour s'attaquer à la charge croissante des maladies non transmissibles, partager les expériences et les défis, et produire des recommandations pour les politiques publiques.

Les pouvoirs publics pourraient aider la restauration, via les plateformes, à contribuer à l'effort collectif pour une meilleure nutrition.

Les plateformes sont un levier d'avenir pour engager la restauration hors domicile dans l'utilisation du Nutri-Score. A l'interface entre l'offre et la demande, elles sont idéalement placées pour diffuser le Nutri-Score, renforcer ses effets tout au long du parcours-client, créer des effets externes positifs pour l'ensemble des parties. Si elles manquent aujourd'hui de poids face aux grandes enseignes de la restauration rapide, le rapport de force pourrait rapidement changer, à l'image d'autres secteurs de la consommation des ménages.

9. ANNEXES

9.1. LE GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES SALARIÉS DE LA PLATEFORME DE MISE EN RELATION DELIVEROO

Guide d'entretien Deliveroo

- 1/ Pensez-vous que vos clients accordent de l'importance à la qualité nutritionnelle des aliments et des restaurants que vous offrez ? Quelles sont selon-vous les principaux critères de choix de vos clients ? Qu'aimeriez-vous modifier dans ces critères ?
- 2/ Pourquoi chercher à encourager les clients à choisir des produits de bonne qualité nutritionnelle ? Comment ?
- 3/ Les pouvoirs publics devraient-ils vous encourager et vous aider à modifier les choix des clients vers une meilleure qualité nutritionnelle ? Comment ?
- 4/ Diriez-vous que le Nutri-Score est pertinent pour évaluer la qualité nutritionnelle d'un produit alimentaire en restauration ?
- 5/ Si le Nutri-Score était implémenté, les choix des clients s'en trouveraient-ils changés ? Leur choix du restaurant ? Leurs choix des produits dans un restaurant donné ?
- 6/ Le Nutri-Score inciterait-il les restaurants à changer leurs recettes ?
- 7/ Diriez-vous qu'implémenter le Nutri-Score accroîtrait ou diminuerait l'attractivité des restaurants ? De Deliveroo ? De vos concurrents ? De toute la restauration ?
- 8/ Quels sont pour vous les principaux attracteurs et les principaux freins à implémenter le Nutri-Score en restauration et en vente en ligne ? *(Par exemple entrer dans la norme est inévitable ; offrir plus de transparence à nos clients ; pousser les restaurants à améliorer leurs recettes ; mieux aider les clients à choisir restaurant et produits ; c'est difficile à calculer, ça va accroître mes coûts et alourdir mes process, etc.)*
- 9/ Actuellement, le Nutri-Score est utilisé par sur la base du volontariat. Seriez-vous favorable à le rendre obligatoire en restauration ?
- 11/ Diriez-vous qu'implémenter le Nutri-Score accroît l'avantage concurrentiel de Deliveroo ?

Guide d'entretien avec les restaurateurs

- 1/ Pensez-vous que vos clients accordent de l'importance aux qualités nutritionnelles des aliments que vous leur offrez ? Quelles sont les principaux critères de choix de vos clients ?
- 2/ Faites-vous faire des efforts pour encourager les clients à choisir des produits de bonne qualité nutritionnelle, ou pour améliorer la qualité nutritionnelle de vos produits ? Avez-vous l'intention de le faire ? Pourquoi ?
- 3/ Les pouvoirs publics devraient-ils vous encourager à proposer des produits de meilleure qualité nutritionnelle ou à orienter les clients en ce sens ? Comment ?
- 4/ Diriez-vous que le Nutri-Score est pertinent pour évaluer la qualité nutritionnelle d'un produit alimentaire en restauration ?
- 5/ Êtes-vous favorable à l'instauration du Nutri-Score en restauration ? Obligatoire ? Facultatif ? Avez-vous des propositions alternatives ?
- 6/ Si le Nutri-Score était implémenté, les choix des clients des restaurants s'en trouveraient-ils changés ? Leur choix du restaurant ? Leurs choix des produits d'un restaurant donné ?
- 7/ Quelle devrait, selon vous être la posture de Deliveroo quant au Nutri-Score ? Avec quel impact sur les clients ?
- 8/ Le Nutri-Score vous inciterait-il à changer vos recettes ?
- 9/ Diriez-vous qu'implémenter le Nutri-Score accroîtrait l'attractivité de notre restaurant ? De Deliveroo ? De certains de vos concurrents ? De toute la restauration ?
- 10 / Quels sont pour vous les principaux attracteurs et les principaux freins d'implémenter le Nutri-Score ? (*par ex : entrer dans la norme, c'est inévitable à l'avenir ; offrir plus de transparence à mes clients ; me pousser à améliorer mes recettes ; risque de faire baisser mon CA ; éloignera une partie de mes clients d'une partie de mon offre ; c'est difficile à calculer, ça va accroître mes coûts et alourdir mes process, etc.*)

9.3. LE QUESTIONNAIRE POUR LES UTILISATEURS DE LA PLATEFORME

Ce questionnaire **anonyme** porte sur l'implémentation du Nutri-Score sur le site de Deliveroo.

Il s'inscrit dans le cadre d'une étude réalisée pour le ministère de la santé.

Répondre ne vous prendra pas plus de 10 minutes.

Merci pour votre contribution.

Pour toute question, clarification ou suggestion : volontaires@institutpaulbocuse.com

Cette étude est réalisée conformément aux lignes directrices énoncées dans la Déclaration d'Helsinki¹ et le Règlement Général sur la Protection des Données² (RGPD). Elle a été approuvée par le Comité du Protocole de Recherche de l'Institut Paul Bocuse selon les lignes directrices éthiques (Loi Jardé, n ° 2012-300, 12.03.2012).

Votre participation à cette étude est purement volontaire. Vos réponses sont strictement anonymes. Vous êtes libre de quitter le questionnaire à tout moment, sans raison.

¹Déclaration d'Helsinki de l'Association Médicale Mondiale - Principes éthiques applicables à la recherche médicale impliquant des êtres humains. <https://www.wma.net/fr/policies-post/declaration-dhelsinki-de-lamm-principes-ethiques-applicables-a-la-recherche-medicale-impliquant-des-etres-humains/>

²Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données) <https://www.cnil.fr/reglement-europeen-protection-donnees>

1/ Accordez-vous de l'importance à la qualité nutritionnelle des aliments que vous consommez ?

- a. Oui, tout à fait
- b. Oui, plutôt
- c. Non, pas vraiment
- d. Non, pas du tout

2a/ Pensez-vous que Deliveroo accorde de l'importance à la qualité nutritionnelle des aliments des restaurants qu'ils vous proposent ?

- a. Oui, tout à fait
- b. Oui, plutôt
- c. Non, pas vraiment
- d. Non, pas du tout

2b. Pensez-vous que les restaurants auxquels vous accédez via Deliveroo accordent de l'importance à la qualité nutritionnelle des aliments qu'ils vous offrent ?

- a. Oui, tout à fait
- b. Oui, plutôt
- c. Non, pas vraiment
- d. Non, pas du tout

3a Pensez-vous -vous que Deliveroo fait assez d'efforts pour vous encourager à manger des produits de bonne qualité nutritionnelle ?

- a. Oui, tout à fait
- b. Oui, plutôt
- c. Non, pas vraiment
- d. Non, pas du tout

3b. Pensez-vous -vous que les restaurateurs auxquels vous avez accès par Deliveroo font assez d'efforts pour vous encourager à manger des produits de bonne qualité nutritionnelle ?

- a. Oui, tout à fait
- b. Oui, plutôt
- c. Non, pas vraiment
- d. Non, pas du tout

4. Pensez-vous -vous que les pouvoirs publics font assez d'efforts pour encourager et aider l'offre de restauration à vous proposer des produits de meilleure qualité nutritionnelle ?

- a. Oui, tout à fait
- b. Oui, plutôt
- c. Non, pas vraiment
- d. Non, pas du tout

5. Connaissez-vous le Nutri-Score ?

- a. Oui, je connais Nutri-Score et je m'en sers
- b. Oui, je connais Nutri-Score mais je ne m'en sers pas
- c. Oui, mais je ne vois pas trop ce que cela signifie
- d. Non je ne connais pas

Le Nutri-Score informe en face avant des aliments emballés sur leur qualité nutritionnelle. Chaque produit est positionné sur une échelle de 5 couleurs et une lettre : de A (le plus favorable sur le plan nutritionnel) à E (le moins favorable).

6. Diriez-vous que le Nutri-Score est pertinent pour vous pour évaluer la qualité nutritionnelle d'un produit alimentaire ?

- a. Très pertinent
- b. Plutôt pertinent
- c. Plutôt pas pertinent
- d. Pas du tout pertinent

7. Êtes-vous favorable à l'instauration du Nutri-Score par Deliveroo et par les restaurants proposés par Deliveroo ?

- a. Très favorable
- b. Plutôt favorable
- c. Plutôt pas favorable
- d. Pas du tout favorable

8. Seriez-vous favorable à rendre le Nutri-Score obligatoire en restauration ?

- a. Très favorable
- b. Plutôt favorable
- c. Plutôt pas favorable
- d. Pas du tout favorable

9. Si ce logo était implémenté par Deliveroo pour tous les restaurants qu'il offre, pensez-vous que les achats des clients se trouveraient changés ?

A. Dans le choix du restaurant

- a. Oui, absolument
- b. Oui plutôt
- c. Non, plutôt pas
- d. Non, absolument pas

B. Dans le choix des produits d'un restaurant donné

- a. Oui, absolument
- b. Oui plutôt
- c. Non, plutôt pas
- d. Non, absolument pas

10. Si le Nutri-Score était implémenté par une partie seulement des restaurants présents sur Deliveroo, pensez-vous que vos choix s'en trouveraient changés ?

- a. Oui, j'irais plus volontiers vers les restaurants utilisant le Nutri-Score

- b. Oui, j'irais vers les restaurants n'utilisant pas le Nutri-Score
- c. Oui, mais mon choix dépendrait de mon humeur
- d. Non, plutôt pas
- e. Non, absolument pas

11. Si Deliveroo prenait l'initiative d'appliquer le Nutri-Score, diriez-vous que cette initiative serait...

- a. ... une bonne initiative de leur part
- b. ... maladroite, c'est une initiative qui devrait plutôt relever des restaurants
- c. ... mauvaise, le restaurant n'est pas un lieu où je m'occupe de qualité nutritionnelle

12. Comment les plateformes de livraison pourraient selon-vous encourager leurs clients à choisir des plats de meilleure qualité nutritionnelle ?

- a) En mettant en avant les plats à Nutri-Score A ou B
- b) En mettant en avant les restaurants ayant des Nutri-Score A ou B
- c) En proposant en ligne, tous restaurants confondus les plats et menus de Nutri-Score A ou B
- d) En offrant systématiquement une alternative au plats à Nutri-Score D ou E

13. Quel est votre niveau d'accord avec les propositions suivantes ?

- i. Le Nutri-Score est infantilisant pour les consommateurs
 - ii. Le Nutri-Score est culpabilisant pour les consommateurs
 - iii. Le Nutri-Score est un leurre qui masque des buts commerciaux
 - iv. Le Nutri-Score aide à faire de meilleurs choix alimentaires
 - v. Le Nutri-Score contraint à de meilleurs choix alimentaires
 - vi. Le Nutri-Score m'aide à être en meilleure santé
 - vii. Le Nutri-Score m'évite d'abord de mauvais choix pour la santé
 - viii. Le Nutri-Score me permet surtout de choisir de bons produits pour la santé
- a. Tout à fait d'accord
 - b. Plutôt d'accord
 - c. Plutôt pas d'accord
 - d. Pas du tout d'accord

14. Diriez-vous qu'implémenter le Nutri-Score accroîtrait pour vous l'attractivité de Deliveroo ?

- a. Tout à fait d'accord
- b. Plutôt d'accord
- c. Plutôt pas d'accord
- d. Pas du tout d'accord

16. Selon vous

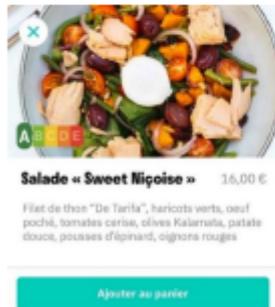
Le NUTRI-SCORE devrait se trouver sur l'application Deliveroo mais pas nécessairement sur les plats livrés

Le NUTRI-SCORE devrait se trouver à la fois en ligne sur les plats livrés à domicile

17. Pendant vos achats en ligne sur le site Deliveroo, avez-vous vu et utilisé le Nutri-Score?

Montrer une capture de la localisation du logo pendant l'expérience

- a. Oui, je l'ai vu et utilisé
- b. Je l'ai vu mais pas utilisé
- b. Je ne l'ai pas vu



18. Pensez-vous que le Nutri-Score en restauration serait

- a. Plus fiable que ceux de grande distribution
- b. Moins fiable que ceux de grande distribution
- c. Tout aussi fiable que ceux de grande distribution
- d. Tout aussi peu fiables que ceux de grande distribution

19. Etes-vous inquiet à l'idée que vos choix personnels en ligne soient détenus et utilisés par des tiers (restaurants, Deliveroo, pouvoirs publics) ?

- a. Très inquiet
- b. Plutôt inquiet
- c. Plutôt inquiet
- d. Pas du tout inquiet

9.4. LE PROFIL DES PERSONNES INTÉRROGÉES

| Entretien | Position | Profil |
|--|--------------------------|--|
| Entretiens collaborateurs Deliveroo | | |
| DEL-1 | Head of local | Responsable d'une 60taine de gestionnaire de comptes sur toute la France |
| DEL-2 | Key account manager | Gestion des grands comptes après ventes, gestion des opérations et de la performance |
| Entretiens avec les enseignes de restauration participantes et non-participantes | | |
| REST-1 | Chargée de communication | Communication pour une chaîne de restauration « segment healthy » |
| REST-2 | Co-fondateur | Chaîne de sandwicherie artisanale |
| REST-3 | Gérant | Chaîne de restauration autour de l'alimentation d'Asie du Sud-Est |
| REST-4 | Chargée de marketing | Communication et responsable du développement de la marque pour chaîne de restauration |
| REST-5 | Co-fondateur | Concept entre le food market et la dark kitchen |
| REST-6 | Fondateur | Chaîne de restauration type bar à salade |
| REST-7 | Fondateur | Chaîne de restauration « segment healthy » |
| REST-8 | Chef cuisinier | Bistrot focalisant sur qualité des aliments et localité |

10. RÉFÉRENCES

- (1) Morgan R. Meal delivery services uber eats, Menulog, deliveroo and Doordash experienced rapid growth during 2020 – a year of Lockdowns & work from home [Internet]. Roy Morgan Research. 2021 [cited 2022Oct21]. Available from: <https://www.roymorgan.com/findings/meal-delivery-services-uber-eats-menulog-deliveroo-and-doordash-experienced-rapid-growth-during-2020-a-year-of-lockdowns-work-from-home>
- (2) Julia C, Ducrot P, Péneau S, Deschamps V, Méjean C, Fézeu L, et al. Discriminating nutritional quality of foods using the 5-color nutrition label in the French food market: Consistency with nutritional recommendations. *Nutrition Journal*. 2015;14(1).
- (3) Santé Publique France. Nutri-score : évolution de Sa Notoriété, sa perception et son impact sur les comportements d'achat déclarés entre 2018 ET 2020 [Internet]. Accueil. [cited 2022Oct21]. Available from: <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/documents/enquetes-etudes/nutri-score-evolution-de-sa-notoriete-sa-perception-et-son-impact-sur-les-comportements-d-achat-declares-entre-2018-et-2020>
- (4) Richard L. Nutri-score : Un indicateur bien installé dans le quotidien des français [Internet]. Aprifel. 2022 [cited 2022Oct21]. Available from: <https://www.aprifel.com/fr/actualites/2021/01/22/nutri-score-un-indicateur-bien-installe-dans-le-quotidien-des-francais/>
- (5) Julia C, Arnault N, Agaësse C, Fialon M, Deschasaux-Tanguy M, Andreeva VA, et al. Impact of the front-of-pack label nutri-score on the nutritional quality of food choices in a quasi-experimental trial in catering. *Nutrients*. 2021;13(12):4530.
- (6) ANSES. Rapport n°2015-SA-0253. (2016) Faisabilité de la classification des aliments selon l’algorithme proposé par la FCD. Comparaison des résultats obtenus à ceux du système 5-C intégrant les ajustements du HCSP [En ligne] <https://www.anses.fr/fr/system/files/AUTRE2015SA0253.pdf>
- (7) Evans DS, Schmalensee R. The New Economics of multi-sided platforms: A guide to the vocabulary. *SSRN Electronic Journal*. 2016;
- (8) Almunawar MN, Anshari M. Digital Enabler and value integration: Revealing the expansion engine of Digital Marketplace. *Technology Analysis & Strategic Management*. 2021;34(7):847–57.
- (9) Julia C, Lacroix A, Fugerey-Scarbel A, Kesse-Guyot E, Ruffieux B, Coxam V, et al. [Internet]. Système d'information nutritionnelle en face avant des emballages : Nutri-Score. Etude de cas

ASIRPA. Paris, HAL INRAE; 2021 [cited 2022] p. 1–25. Available from:
<https://hal.inrae.fr/hal-03102691>

- (10) Dubois P, Albuquerque P, Allais O, Bonnet C, Bertail P, Combris P, et al. Effects of front-of-pack labels on the nutritional quality of supermarket food purchases: Evidence from a large-scale randomized controlled trial. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2020;49(1):119–38.
- (11) Julia C, Arnault N, Agaësse C, Fialon M, Deschasaux-Tanguy M, Andreeva VA, et al. Impact of the front-of-pack label nutri-score on the nutritional quality of food choices in a quasi-experimental trial in catering. *Nutrients*. 2021;13(12):4530.
- (12) Julia C, Arnault N, Agaësse C, Fialon M, Deschasaux-Tanguy M, Andreeva VA, Fezeu LK, Kesse-Guyot E, Touvier M, Galan P, Hercberg S. Impact of the Front-of-Pack Label Nutri-Score on the Nutritional Quality of Food Choices in a Quasi-Experimental Trial in Catering. *Nutrients*. 2021; 13(12):4530. <https://doi.org/10.3390/nu13124530>